

PREMSA EN CASTELLÀ AL PRINCIPAT

# Un mercat consolidat

«La Vanguardia» i «El Periódico» es reparteixen més de la meitat del mercat català de diaris. Només l'edició barcelonina d'«El País» segueix de lluny aquests dos gegants del sector, immersos ja en una estratègia multimèdia.

Ramon Aymerich

Aquell matí, els exemplars d'*El Periódico* que reposaven damunt el taulell del bar van desaparèixer com per art de màgia. Els quiosquers observaren, sorpresos, com un mateix comprador els en demanava quatre o cinc exemplars. A mitjan vesprada, el popular diari barceloní quedava exhaurit i no precisament per un renovat furor periodístic dels lectors. Era un 20 d'octubre i *El Periódico* celebrava el seu desè aniversari regalant, a cada comprador, una ampolla de cava Canals y Nubiola.

Deu anys, els viscuts per *El Periódico*, que han significat un canvi important en el panorama de la premsa en castellà. Mentre que els diaris en català treballen encara per consolidar el seu reduït mercat —entre el 13 i el 15% dels lectors— la premsa en castellà ha sabut adaptar-se als canvis tecnològics, empresarials i de línia periodística que la nova dècada exigia. Darrere han quedat —enmig de fallides econòmiques importants— fracassos com els del Grupo Mundo o el del mateix *El Correo Catalán*. Però no han estat els llasts de la transició política els que han pesat a l'hora de definir la nova situació.

Successius intents posteriors —*Catalunya Express*, *El Dia de Catalunya*— no han pogut modificar l'actual hegemonia representada per *La Vanguardia* i *El Periódico*. L'un, diari amb llarga tradició històrica, però indemne als canvis del mercat. Un diari amb prestigi que per a molta gent és encara *el diari*. L'altre, fruit de l'habilitat empresarial i de la creació d'un model periodístic que l'ha situat com un dels diaris de l'estat amb més futur i credibilitat. Tots dos, també, els eixos de dos grups empresarials que, tal com marquen els temps, no esgoten la seva

*L'oferta informativa a Catalunya és de les més àmplies de tot l'estat.*

activitat en el camp de la premsa i actuen com a grups multimèdia.

## Consolidar els respectius models

«¿Projectes? De moment, acabar per transformar l'actual estructura del diari. Volem donar-li tres cossos ben diferenciats. Un dedicat a informació general, un altre a informació esporti-

va, i un tercer que inclogui cultura, lleure i espectacles». Antoni Franco, el director, està eufòric. *El Periódico* és, potser, el diari que ha aconseguit un públic més definit dins el mercat català, i això li ha valgut col·locar-se en un segon lloc en difusió a Catalunya —en constant expansió— i segons el darrer Estudio General de Medios, també en segon lloc a l'estat pel que fa a lectors. Per aquesta raó, Antonio Franco —que ha tornat al diari que va crear, després d'una llarga estada al cap de la delegació d'*El País*—, explica que «a mig terme no són previsible massa canvis. Continuarem amb el mateix model de diari obert i pluralista».

Més concret en els objectius es mostra Joan Tàpia, actual director de *La Vanguardia*: posar en marxa la nova rotativa a mitjans de 1989. «El nostre públic està consolidat i s'ha acostumat



a la imatge del diari. Però som conscients que la seva aparença física porta un cert retard. Amb l'*offset* millorarem la nostra qualitat i capacitat de lectura».

L'àmbit català dels dos diaris —més del 90% dels exemplars es distribueixen a Catalunya— no ha estat, però, excusa perquè els dos apostessin per una fórmula de *gran diari*, allunyats de qualsevol temptació regional o local. Sols *El Periódico* —l'any 1983— intentà fer-ho a través d'edicions comarcals diferenciades, però rebutjà aviat el projecte. Aquesta vocació ha permès que arreu del Principat sobrevisquin encara mitja dotzena de diaris provincials o locals que són —llevat del *Segre*— l'herència de l'antiga premsa del Movimiento.

Amb poques concessions al català —sols *Diari de Girona* ha assajat el bilingüisme—, tots semblen consolidats i distribueixen en el conjunt un total de 37.000 exemplars, més o menys.

## Premsa en castellà a Catalunya per difusió. Fonts: OJD

Diari	Ciutat	Difusió	Data del darrer control
<b>La Vanguardia</b>	<b>Barcelona</b>	<b>195.088</b>	<b>Maig 1988</b>
<b>El Periódico</b>	<b>Barcelona</b>	<b>153.735</b>	<b>Febrer 1988</b>
<b>El País</b>	<b>Madrid</b>	<b>50.617</b>	<b>1985*</b>
<b>Diari de Tarragona</b>	<b>Tarragona</b>	<b>7.940</b>	<b>Febrer 1988</b>
<b>Diari de Girona</b>	<b>Girona</b>	<b>7.396</b>	<b>Gener 1988</b>
<b>Segre</b>	<b>Lleida</b>	<b>7.195</b>	<b>Febrer 1988</b>
<b>Diari de Sabadell</b>	<b>Sabadell</b>	<b>6.488</b>	<b>Gener 1988</b>
<b>La Manana</b>	<b>Lleida</b>	<b>5.723</b>	<b>Maig 1988</b>
<b>Diari de Terrassa</b>	<b>Terrassa</b>	<b>5.315</b>	<b>Febrer 1988</b>
<b>Diari de Lleida</b>	<b>Lleida</b>	<b>No contr. (al voltant dels 2.000)</b>	

\* Obtingut de «La Premsa a Catalunya», de Jaume Guillamet.

L'interrogant que queda per desvetllar és saber si, amb l'actual estructura empresarial, els dos gegants barcelonins de la premsa en castellà, no pensen intentar l'aventura estatal. En el cas d'*El Periódico*, que assajà el 1978 un homòleg *El Periódico de Madrid* i que acabà en fracàs, la resposta sembla clara. Els projectes del grup Z —que en el seu moment comprà *La Voz de Asturias*— semblen anar per un altre lloc.

Pel que fa a *La Vanguardia*, l'aventura estatal es plantejaria com un retorn a unes posicions de prestigi que havia adquirit en la dècada dels 60. Avui, *La Vanguardia* manté una edició especial per a les Illes i entre els projectes de Joan Tàpia entra el de «consolidar la nostra xarxa de distribució arreu de l'estat; al cap i a la fi, aquesta ha estat la nostra vocació».

### ¿Un mercat inamovible?

L'octubre de 1982, *El País* muntava una planta de producció pròpia a la Zona Franca. Sis anys després, la redacció barcelonina d'aquest rotatiu madrileny —molt més nombrosa que les de València o Sevilla— ha aconseguit situar *El País* com a tercer diari més difós del mercat català. La fita és històrica: fins a la transició política, la incidència dels diaris madrilenys en aquest mercat era marginal —un 4,9% per al 1976. Ara, l'edició barcelonina d'*El País* representa gairebé un 13% del total de lectors i manté un sòlid prestigi entre determinades elits.

Això no obstant, el fet que no s'hagi anat gaire més enllà dels 50.000 lectors —ben poc si es consideren les expectatives inicials del projecte— han acabat per convèncer les altres empreses madrilenyes que les possibilitats de competir amb els dos gegants barcelonins són ben migrades. Sols des de po-



Joan Tàpia, director de «La Vanguardia».

sicions de prestigi i d'influència política —i no des de plantejaments de mercat— es poden considerar altres intents posteriors com el del diari ABC, que des del febrer de 1988 manté una edició especial a Catalunya.

Si l'actual estabilitat del model de premsa a Catalunya sembla difícil de modificar des de la iniciativa forana, tampoc no es veu per enlloc com altres empreses del país poden fer forat en aquest mercat. El sector del sensacionalisme ha estat potser el més disputat en els darrers anys per part de nous projectes que volien disputar a *El Periódico* l'hegemonia. Aquest fou el cas de *Catalunya Exprés* (1976-1980) i més tard d'*El Dia de Catalunya* (1987), aquest darrer endegat pels editors del diari *Sport*. Més recentment encara, i en un projecte vinculat a la desapareguda empresa al-legal Prodiecu, es va treballar durant mesos —i amb professionals com Pere-Oriol Costa— en l'hi-



## Grup Godó i grup Z: dues empreses multimèdia

**E**ls germans Carlos i Bartolomé Godó foren els fundadors —l'any 1881— de *La Vanguardia*, un diari prestigiat que ha sobreviscut tota mena de vicissituds històriques. En els anys seixanta la família decideix intervenir en altres publicacions diàries —*Diari de Barcelona*, *Tele-expres*, més tard— i edita el setmanari *Gaceta Ilustrada*. Amb la venda d'aquest a un grup sud-americà —1982— els interessos periodístics del grup se centren en la consolidació de *Mundo Deportivo* i *Historia y Vida*. Possedidors d'una distribuïdora i impremna pròpies —TISA— l'empresa participa en el capital d'Antena 3, que manté a Catalunya dues emissores, Barcelona i Vilafranca del Penedès. En el camp de la televisió, i en vistes a la creació d'un canal privat, el grup manté contactes amb altres diaris regionals —entre els quals, *Las Provincias*.

Antonio Asensio Pizarro, és l'ànima del grup Z. Aprofitant el «boom» de la premsa eròtica dels 70 —*Lib*, *Yes*, més tard *Penthouse*— entrà aviat en el món de la informació general a través del peculiar *Interviú* (1976). L'olfacte mostrat en el llançament d'aquesta revista es repetí amb la creació d'*El Periódico de Catalunya* (1978). Tres anys més tard, i ja amb tallers i distribuïdora propis —COEDISA— assegurava el seu paper dins el sector dels setmanaris. *Tiempo*, *Interviú*, *Dinero*, *El Jueves*, *Conocer*, *Viajar* o *Nueva* són algunes de les capçaleres del grup, encara que les més importants tenen la seu social a Madrid. Possedidora d'Edicions B i d'una agència informativa —OTR— Z participà en el capital d'Antena 3, SA, que més tard va vendre al grup Godó. Ara, totes les expectatives del grup estan posades en el sector de la televisió privada (Univisión) on manté excel·lents contactes amb el magnat italià Berlusconi. □

potètic *Portada de Actualidad*, pel que sembla, del tot descartat.

El pastís sembla, doncs, repartit, i els projectes que determinats grups tenen en cartera —s'ha rumorejat sovint el llançament d'un diari estatal en castellà des de sectors empresarials propers a Convergència ho tenen ben difícil. □

UN NEGOCI MOLT RENDIBLE AMB EL PERMÍS DEL PSOE

# El gran desgavell de la premsa valenciana

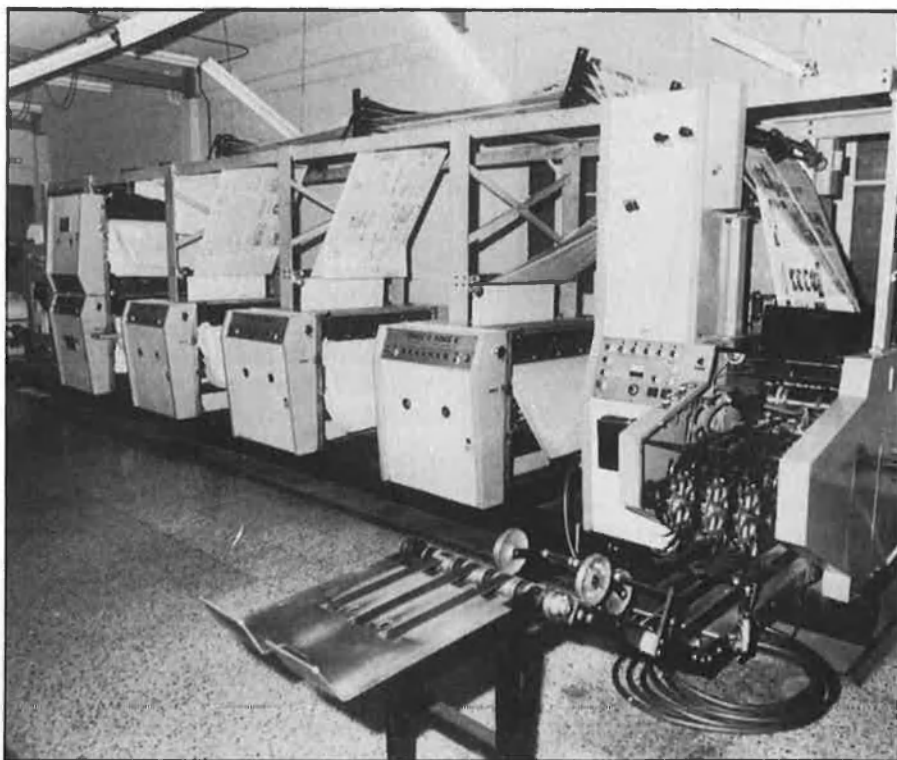
Guanyen molta pela i són tots en castellà. Van ser del Movimiento, la majoria, i ara, són del PSOE. Per a uns, la premsa valenciana és la millor de l'estat; per a uns altres, és mediocre, avorrida i provinciana. En tot cas, heus ací els seus propietaris, els seus servidors i el seu futur. La polèmica està servida.

Ismael López i Esther Roig

**E**l 14 de març de 1984, Editorial Prensa Alicantina, SA, amb seu, aleshores, al passeig de Gràcia, 82, de Barcelona, s'adjudicava el rotatiu *Información* per 621 milions de pessetes, la xifra més alta pagada per un diari valencià de l'antiga cadena del Movimiento. Quatre anys després, el diari alacantí que dirigeix **Vicente Martínez Carrillo** i que controla el magnat de la premsa regionalista, **Francisco Javier Moll de Miguel**, se situa al primer lloc de la rendibilitat econòmica i ha aconseguit un lloc primordial en relació als tiratges valencians. Així, en un procés en ascens, *Información* ha aconseguit passar de 21.504 exemplars el 1980 als vora 33.000 amb què tancarà l'últim exercici. Pràcticament un 40% més de tiratge.

El grup Moll és, a través de Prensa Canaria, SA, el soci majoritari dels diaris *Información* i *Levante* de València. Javier Moll és «un empresari decidit a guanyar diners amb la premsa regional», segons les seues paraules, que no manté «cap connexió política». Moll té el control d'*Información* al costat d'una destacada participació d'institucions del govern socialista, com les Caixes d'Estalvis, Banco de Alicante, que presideix **Miguel Boyer**, i membres notables de l'empresariat alacantí, la Cambra de Comerç i la mateixa Diputació, amb un 10% d'accions aproximadament.

El diari *Información* fa dues edicions específiques per a les comarques del Baix Vinalopó i la Vega Baixa, una redacció autònoma a Elx i delegacions a Alcoi, Benidorm i Elda, a més d'una sòlida xarxa de corresponsals. «La Co-



Prensa valenciana: rotatiu amb poc tiratge.